



高级酒店服务与管理专业主干课系列教材

新版

酒店服务心理学



周 丽 主编

JDFWXLX

中国物资出版社

酒店服务心理学

主 编 周 丽

副主编 张先锋 孙文永

中国物资出版社

内 容 提 要

本书是根据部颁大纲和酒店管理行业规范的要求,由多位老师精心编写而成的。

本书共有十一章,主要包括酒店心理学的概要、感觉与知觉、记忆与注意、需要与动机、情绪与情感、酒店餐饮服务心理、酒店前厅服务心理、客房服务心理、康乐商店服务心理交往与投诉心理,酒店管理心理学等内容。

本书既可作为中、高职院校教师学生教材,也可供酒店职业培训学习选用。

图书在版编目(CIP)数据

酒店服务心理学/周丽主编. —北京:中国物资出版社, 2004.8

ISBN 7-5047-2233-2

I. 酒… II. 周… III. 饭店-商业心理学
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 090795 号

责任编辑:康书民

总体策划:蔡 凯

封面设计:于凤丽

中国物资出版社出版

网址:<http://www.clph.cn>

北京市西城区月坛北街 25 号

电话:(010)68589540 邮政编码:100834

全国新华书店总经销

中铁十八局一处涿州印刷厂印刷

开本:787×1092 毫米 1/16 印张:13.125 字数:240 千字

2004 年 8 月 第一版 2004 年 8 月 1 日第一次印刷

ISBN 7-5047-2233-2/F·0869

定价:19.80 元

(图书出现质量问题,本社负责调换)

编写说明

科学化是 21 世纪高级酒店服务与管理的主流,就要求各类酒店企业拥有一批掌握高新技术和具备管理能力的酒店类专业人才。为促进和推动服务与管理,为适应酒店类专业教学发展需要,我们受全国职业教育商贸专业委员会的委托,组织编写了这套高级酒店服务与管理专业系列教材,计 11 本,分别由中国商业出版社和中国物资出版社出版。

本系列教材根据部颁教学计划的要求,将重点放在学科体系、内容体系、结构体系创新上,既有简明易懂理论知识,又侧重了强化知识应用和可操作性上,具有一定的科学性、新颖性、实用性和示范性。本书得到全国商业职业教育教学指导委员会和行业酒店协会推荐。

心理学是一门研究人们心理动态的科学。近几年来,随着现代酒店经营发展的需求,针对酒店服务心理学方面的研究更逐步深入。本教材既是中、高职院校教材,也可供酒店职工培训选用。

本书由湖南省商业职业技术学院周丽主编,西安商贸旅游学院张先锋、济南市商业技工学校孙文永副主编。参加编写人员有山东省烟台商业学校杨囡囡和济南市商业技工学校王祥之同志。

本书在编写过程中,参阅了大量的专著和书籍,在此对被参考和借鉴书刊、资料的作者深表谢意。本书在编写过程中得到了全国商业职业教育教学指导委员会副主任康书民和湖南省商业职业技术学院、西安商贸旅游学院、济南市技工学校、山东省烟台商业学校等院校的领导及同事的热情帮助和大力支持,同时得到北京科丰华文化发展有限公司的大力协作,在此一并致谢。

由于编写时间仓促,本书疏漏之处在所难免,我们企盼在今后的教学实践中,能有所改进和提高,恳请读者不吝赐教,以便进一步修订,使之日臻完善。

《高级酒店服务与管理专业》教材编委会

2004 年 8 月 15 日

目 录

第一章 心理学概述	(1)
第一节 心理学的起源与发展	(1)
第二节 心理的本质	(5)
第三节 酒店服务心理学的研究对象和意义	(7)
第四节 酒店服务心理学的研究方法	(11)
第二章 感觉与知觉	(15)
第一节 感觉与知觉概述	(16)
第二节 感知觉与酒店客人的行为关系	(20)
第三节 感知觉与酒店服务策略	(25)
第三章 记忆与注意	(33)
第一节 记忆与注意概述	(34)
第二节 记忆与酒店服务策略	(39)
第三节 注意与酒店服务策略	(42)
第四章 需要与动机	(50)
第一节 需要与动机概述	(50)
第二节 需要与酒店客人的行为关系	(59)
第三节 需要与酒店服务工作	(62)
第四节 酒店客人的动机与服务策略	(66)
第五章 情绪与情感	(72)
第一节 情绪与情感的概述	(72)
第二节 情绪情感与酒店客人的行为关系	(82)
第三节 情绪情感与酒店服务工作	(84)
第六章 酒店餐饮服务心理	(93)
第一节 客人对酒店餐饮的心理需求	(93)
第二节 餐厅服务心理策略	(97)

第七章 酒店前厅服务心理	(114)
第一节 客人对前厅服务的心理需求	(114)
第二节 前厅服务心理策略	(117)
第八章 酒店客房服务心理	(128)
第一节 客人对客房服务心理需求	(128)
第二节 客房服务心理策略	(132)
第九章 康乐、商场购物服务心理	(146)
第一节 客人对康乐、购物服务的心理需求	(146)
第二节 康乐、购物服务心理策略	(150)
第十章 人际交往与投诉心理	(157)
第一节 人际交往概述	(157)
第二节 酒店客人投诉的原因分析	(170)
第三节 客人投诉的处理	(172)
第十一章 酒店管理心理	(177)
第一节 酒店员工的职业心理素质要求	(178)
第二节 酒店员工的心理分析	(184)
第三节 酒店员工的激励与管理	(199)
参考文献	(204)

第一章 心理学概述

● 学习目标

在本章内容中,要求大家学习有关心理学的基础知识。了解心理学的起源与发展和主要的流派;掌握心理的本质是什么;掌握酒店服务心理学研究内容和意义;了解酒店服务心理学常用的研究方法和手段。

● 学习提要

1. 心理学的起源与发展历程
 2. 比较有代表性的心理学流派
 3. 心理的本质是什么
 4. 心理学的研究对象和内容
 5. 酒店服务心理学的研究内容
 6. 学习酒店服务心理学的重要意义
 7. 研究酒店服务心理学的方法
- 

第一节 心理学的起源与发展

一、什么是心理学

若把同一个厨师烹制出来的菜肴盛装在两个不同的器皿中,一个洁白精美,一个粗糙简陋,客人就会觉得第一盘中的菜肴看起来高档些,质量好些,第二个盘中的菜肴档次质量就会差些。同样把两个五盎司的冰淇淋放在一个为五盎司和一个六盎司的杯子中,购买者就会觉得五盎司的杯子中冰淇淋更多些。之所以会有这样的不同感受主要由于消费者把视觉信息传给大脑,大脑再通过信息加工,便得出初步的判断,觉得哪一个是对的,多的,形成不同的心理感受。当然这种心理感受可能受刺激条件的制约不一定是正确的,但是从上述例子中我们可以看出,对同一个事物而言,受众会形成不同的心理感受,心理在很大程度上影响着人们的好恶。心理对人的影响无处不在,因而只有充分地了解人的心理才能理解人的外显行为。

随着社会的发展及心理学重要性的凸现,人们对心理学是越来越关注了,人们不仅非常想了解自己的内心世界,认识自我,而且还想了解自己之外的世界,所以学习有关心理学的基本知识对我们的生活和工作都有一定的指导作用。但是到底什么是心理学呢?顾名思义,心理学是研究人的心理现象及其活动规律的科学。心理现象又称为心理活动,简称心理。人的心理是在动物进化到一定阶段,由于对周围环境的长期适应而产生的。最初出现的心理现象是简单的感觉,在外界环境的影响下,随着神经系统的发展,出现了知觉、记忆、思维、情感、性格、能力心理现象,心理是这些心理现象的总称。

二、心理学的起源与发展

“哲学是一切科学之母”,这句话同样验证了心理学的发展。心理学的源远流长,但是自成体系成为一门独立的学科却仅有上百年的历史。一开始人们对各种心理现象的讨论仅仅局限于哲学的范围,凭主观的设想去分析问题,没有形成系统的理论和科学的方法。因此在相当长的一段时间内,心理学只是归属于哲学的怀抱,没有真正形成科学的心理学。

1879年,德国心理学家冯特在莱比锡大学创立了世界上第一个心理学实验室,采用科学的方法对人的心理进行研究,心理学才从其他学科中脱离出来成为一门独立的学科。美国心理学家墨菲在《近代心理学导论》中曾有过这样的评论,“在冯特出版他的《生理心理学》与创立他的实验室之前,心理学几乎象一个流浪儿,一会儿敲敲生理学的门,一会儿敲敲伦理学的门,一会儿敲敲认识论的门。1879年,它才算是有一个安身之所和有个名字的一门实验科学。”

心理学的产生标志着人类对自身心理现象认识的深化和发展。由于现代科学、技术的进步,心理学的发展也日新月异,出现了许多应用心理学科,如教育心理学、管理心理学、服务心理学、犯罪心理学、劳动心理学、消费心理学等,这些新的应用性心理学在各自的领域里得到广泛地运用,对人类社会的生活、工作起着越来越重要的作用。尤其是当今社会,人类对心理学的关注和重视超过了以往任何一个历史时期,可以想见,在未来的社会中,心理学将扮演着越来越重要的角色。

三、心理学的主要流派

心理学自成体系后,虽然其历史不长,但是却形成了众多的流派。下面简介几种具有代表性的心理学流派。

(一) 构造主义心理学

构造主义心理学的主要代表人物是冯特和他的学生铁钦纳,这是自心理学独立后的第一个心理学派。该学派于1899年产生于德国,后在美国得到发展。20世纪年代后渐趋衰落。构造主义认为,心理学的研究对象是意识经验,即心理经验的构成元素及结合的方式与规律,并主张心理学

应该用实验室内省法研究意识经验的内容或构造,找出意识的组成部分及它们如何结合成各种复杂心理过程的规律。它们强调心理学是一门纯科学。其基本任务是理解正常人的一般心理规律,但不重视心理学的发展。它研究成果已成为现代心理学的组成部分。但由于它确定的研究对象过于狭窄并陷入元素主义和内省主义境地,因而遭到许多心理学家的反对。

(二) 行为主义学派

行为主义学派又称早期行为主义学派,产生于1913年,其创始人是华生(1878-1958年)。这一学派不同意心理学探讨意识,认为心理学是行为科学,心理学的目的就是寻求预测与控制行为的途径。他们认为心理学应当研究“宏观观察所能获得的并对所有的人都有清楚的东西”,也就是人的行为,并提出“刺激-反应”(S-R)的行为公式。行为主义主张客观的研究方向,有助于摆脱主观思辨的性质,更多从实验研究中得出结论。但他们无视行为产生的内部过程,反对研究意识,引起不少人的非难和反对。

1930年后起出现新行为主义理论,以托乐曼为代表的新行为主义者修正了华生的观点。他们指出在个体所刺激与行为之间存在着中间变量,这个中间变量是指个性当时的生理和心理状态,它们是行为的实际决定因子,它们包括需求变量和认知变量。需求变量实际上就是动机,它们包括性、饥饿以及面临危险时对安全的要求。认知变量就是能力,它们包括对象知觉、运动技能等。

在新行为主义中另有一种激进的行为主义分支,它以斯金纳为代表,斯金纳在巴甫洛夫的经典条件反射基础上提出了操作性条件反射,他自制了一个“斯金纳箱”,在箱内装一特殊装置,压一次杠杆就会出现食物,他将一只饥饿的老鼠放入箱内它会在里面乱跑乱碰,自由探索,偶然一次压杠杆就会得到食物,此后老鼠压杠杆的频率越来越多,即学会了通过压杠杆来得到食物的方法,斯金纳将其命名为操作性条件反射或工具性条件作用,食物即是强化物,运用强化物来增加某种反抗频率的过程式叫强化。斯金纳认为强化训练是解释机体学习过程的主要机制。

(三) 格式塔学派或称完形学派

格式塔学派1912年创建于德国,其创始人是韦特海默(1880-1943年)、考夫卡(1886-1941年)、苛勒(1887-1967年)。这是西方心理学的主要流派之一。格式塔学派反对构造主义的元素主义和行为主义的“S-R”公式,主张心理学应该研究意识的完形整体结构,并认为整体不等于部分之和,意识不等于感觉、感情的元素的总和,行为也不等于反射弧的集合,思维也不是观念的简单联结。它们这种重视整体的观点和强调各部分之间动态的联系以及对创造性思维的认识,对后来心理学的发展起到了积极的作用。

(四) 精神分析学派或心理分析学派

精神分析学派产生于1900年,创始人是奥地利精神病医师、心理学家

弗洛伊德(1856~1939年)。这一学派的理论在20世纪20年代广为流传,影响颇大。

弗洛伊德认为,人的心理可分为两部分:意识与潜意识。潜意识不能被本人所意识,它包括原始的盲目的冲动、各种本能以及出生后被压抑的动机与欲望。他强调潜意识的重要性,认为本能是人的心理的基本动力,是摆布个人命运和决定社会发展的永恒力量。他把人格分为本我、自我、超我三部分,其中本我与生俱来,包括着先天本能与原始欲望;自我由本我分出,处于本我与外部世界之间,对本我进行控制与调节;超我是“道德化了的自我”,包括良心与理想两部分,主要职能是指导自我去限制本我的冲动。三者通常处于平衡状态,平衡被破坏,则导致精神病。

精神分析学派重视潜意识与心理治疗,扩大了心理学的研究领域,并获得了某些重要的心理病理规律,但他们的一些理论也受到了许多人的反对。20世纪30年代中期,以沙利文、霍妮、弗洛姆为代表的一批心理学家反对弗洛伊德的本能说、泛性论和人格结构理论,强调文化背景和社会因素对精神病产生和人格发展的影响,在美国形成了新精神分析学。当然新分析精神学派仍保留着弗洛伊德学说中的一些基本观点,尽管在其理论中有不同的概念名称,但归根结底,仍然是潜意识的驱动力和先天潜能起主要作用。

(五) 认知学派

认知学派创建于20世纪50年代中期,60年代后迅速发展。1967年美国心理学家奈瑟《认知心理学》一书的出版,标志着这一学派理论的成熟。广义的认知心理学还包括皮亚杰的发生认识论,他把人的认识发展看成是一种建构的过程,并仔细研究这一过程的发展阶段。狭义认知心理学是指用信息加工的观点和术语解释人的认知过程的科学,因此,也被称作信息加工心理学。这一学派反对行为主义理论,认为不一定必须在搞清心理的生理基础后,才能研究心理现象。他们把人看成是计算机工兵信息加工系统,认为人脑的工作原理与计算机的工作原理相同,因而可以在计算机和人脑之间进行类比。他们强调人的已有的知识结构对行为和当前认知活动的决定作用,并力求通过计算机模拟等方式发现人们获取和利用知识的规律,达到探究人类认知活动规律的目的。他们还承认人的主观能动性、意识的能动作用,强调对人的认知过程进行整体综合分析。

认知心理学派的理论中含有辩证法的因素,对反对行为主义的机械论、弗洛伊德主义的非理性主义有积极的意义,对扩大心理学的研究方法、促进心理学的现代化、发展人工智能和计算机科学贡献均有贡献,而且成为当前心理学研究的主要方向。但他们把人的心理看成是计算机的信息系统加以研究,在心理学界依然存在争论。

(六) 人本主义心理学派

人本主义心理学是由美国心理学家马斯洛于20世纪50年代末60年代初创建。它既反对精神分析学贬低人性、把意识经验还原为基本趋力,

又反对行为主义学派把意识看作是副现象,认为人不是“较大的白鼠”或“较缓慢的计算机”,主张研究人的价值和潜能的发展。因为,他们相信,人的本质是善良的,人有自我实现的需要和巨大的心理潜能,只要有适当的环境和教育,人们就会完善自己、发挥创造潜能,达到积极的社会目的。为此,他们从探讨人的最高追求和人的价值角度,认为心理学应当改变对一般人或病态人的研究,而成为研究“健康”人的心理学,提示发挥人的创造性动机、展现人的潜能的途径。该学派被称为心理学的第三势力。

人本主义方法论不排除传统的科学方法,而是扩大科学研究的范围,以解决过去一直排除在心理学研究范围之外的人类信念和价值问题。人本主义心理学是一门尚在发展中的学说,其理论体系还不完备,他们对人的一些研究还停留在关于人性的抽象议论上,因而不能提示人的心理本质规律。

20世纪60年代末以来,在人本主义心理学的发展中,以兴起了一个新的心理学派:超个人心理学派。从1969年起,他们就有了自己的组织和刊物。这种超个人心理学不以人的需要和兴趣为动机,而是以整个宇宙为核心,扩大了人本主义心理学的研究视野和范围。

第二节 心理的本质

心理现象的存在是客观现实的,但是心理现象到底是如何发生的呢?也就是说心理的本质是什么?这是心理学的基本问题,也是人们一直争论不休的问题。人类对心理本质的认识,是研究任何领域心理现象的基础。

首先,心理是人脑的机能。这是人们在长期的研究过程中得出的正确的结论。在人类活动的早期,人们并不懂得心理是人脑的机能,古代朴素唯心主义者把心理现象看成是超乎身体之外的“灵魂”支配的结果,他们认为只要人活着,“灵魂”支配着人的各种心理活动,产生各种心理现象;但是人死了,“灵魂”消失了,就不会再有各种心理现象产生。古代朴素唯物主义者认为,心理现象是与人的身体器官相联系的,但是受当时生产力发展水平的限制,人们不能清楚地认识到心理活动是与人的身体器官中的哪一个部位相联系的。人们曾经认为,心脏是心理现象的器官,所有心理活动的产生都是由心脏产生的。但是后来随着科学技术的进步,人们逐渐认识到心理活动与人脑有关。比如,对一个头脑有问题的人来说,往往会表现出多种与常人不一样的表现,如目光呆滞、行为怪异等;但是对一个脑发育正常的人来说,假如他在意外事故中受到严重的大脑伤害,就会影响到他的心理活动的产生,可如果大脑以外的部位受到伤害,只表现为一定的疼痛等现象,不会影响到正常心理活动的产生,他的神智还是清醒的,还会对事物做出判断,由此可见,心理活动是与人的大脑紧密联系的。

在国外,古希腊医学创始人希波拉底(公元前460~公元前370年)就明确地把人脑看做是心理的器官。他指出“我们因为有脑,所以就思考、就看、就听、就知道美丑,判断善恶,感到愉快或不愉快……。”我国医学也早就认识到人脑是心理活动的器官。如战国时期的医学经典《黄帝内经·素问》提出“诸髓者,皆属于脑”、“头者,精明之府”,认为脑和脊髓是人的心理活动所在之处。我国最早进行人体解剖的清代名医王清任在1830年提出了“脑髓说”,他通过解剖尸体,弄清了脊髓与人的神经联系的“经络周身”、“内外贯通”的道理。他同时指出:“两目系如线长于脑,所见之物归于脑”,“两耳通脑,所听之声归于脑”等,这些都表明了大脑与人的感官的神经联系及大脑对感官的指挥作用。因此,王清任断定“灵机、记忆不在于心而在于脑”,确立了脑是心理器官的思想。

其次,心理是客观现实的反映。也就是说心理现象的产生是以客观事物为现实的,离开了客观现实,没有客观现实作用于大脑,就不会产生各种心理现象,心理现象就成了无源之水,无米之炊。各种客观事物以不同的方式作用于人的感觉器官,引起人的脑神经活动,便会产生感觉、知觉、联想、记忆、思维等各种心理现象,并通过一定的行为、语言等表现出来。所以说人脑好比一个“加工厂”,各种外界的客观现实好像是“原材料”,没有这些“原材料”,人脑自然就产生不了任何心理现象。这些客观现实是独立于人的意识之外的物质世界,包括自然环境和社会环境。这些人类赖以生存的自然环境对心理现象的产生起着重要的作用,社会环境对人的心理起着决定作用。一个人一旦脱离了社会环境,就不可能进行正常的心理活动,不会有正常的心理现象发生。如1950年,美国牧师辛格在印度加尔各答森林的狼窝里发现了2个裸体的女孩,大的七八岁,小的约2岁。这位美国牧师将她们带到孤儿院抚养,给大女孩起名叫卡玛拉,小女孩起名叫阿玛拉。起初,这两个女孩象狼一样地用四肢行走,怕与人接触,不敢见光,白天的时候藏匿起来,夜间就活动,喜欢吃生肉,嚎叫等。辛格夫妇花了很多力气,试图使他们适应人类的生活,结果是:大女孩卡玛拉2年后死去;小女孩2年后才学会直立,3年后才学会艰难地行走,4年中只学会了6个单词,听懂几句简单的话,7年内也只学会了45个单词,勉强说几句人话,学会在晚上睡觉,17岁左右死去,死时其智力只相当于3到4岁的孩子。从这个例子可以看出,这两个狼孩虽然是人类的后代,具有人的大脑和机能,但是由于脱离了人类生活的环境,就不会产生正常人的心理活动。在狼群的生活,使他们具备了狼的生活习性和特点,说明社会环境对人的心理现象的产生具有决定性作用。

当然,人脑对客观事物的反映不是消极被动的。心理活动的内容虽然来源于客观现实,但是心理现象不是客观现实的本身和原貌,而是经过加工的了,具有观念化的东西。因此,心理是对客观现实的主观映像,是由人这种主体通过它已有的主观世界,对客观事物进行加工折射而产生的。同时,个人的知识经验,个性差异、年龄特征等都会给这种反映以深刻的

影响,从而表现出个人的特点,打上个人的烙印,所以说,心理还具有主观能动性和个体差异性的特点。

第三节 酒店服务心理学的研究对象和意义

在学习酒店服务心理学之前,我们有必要对普通心理学的研究对象做一简单的了解。

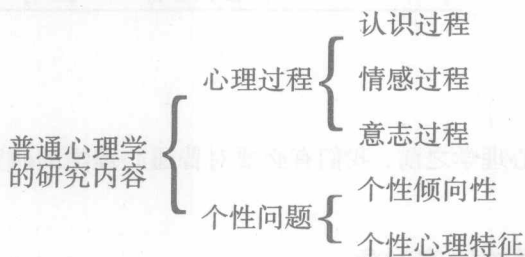
一、普通心理学的研究对象

心理学是研究什么的,这是学习任何一门应用心理学科之前必须明确的问题。心理学的研究对象,简而言之,就是研究人的心理现象,研究普通的、正常人的心理现象的科学就是普通心理学。

心理现象在每个人身上时刻发生和存在,伴随着人的一切活动。人在接触不同事物的时候,通过耳、鼻、口、眼、舌等器官对事物的外部属性进行认识,这就是对事物的感觉和知觉;经历过的事物能在人的头脑中留下印象,人能够把它再次认出来或回忆出来,这就是人的记忆的体现;人能在头脑中对事物进行加工改造而创造出新的形象,这就是想像;人要通过思考分析来了解事物的内在联系和本质属性,这就是人的思维活动;同时,人总要把各种感觉器官的活动集中指向一定的对象,专注于当前所从事的活动,这就是人的注意;人在对待事物的时候,会伴随着这样或那样的态度体验,如喜爱、厌恶、愤怒、激动等,这就人对事物的情绪和情感;人为了达到一定的目的,在从事活动时往往伴随着一种克服困难、不怕艰险、奋斗到底的内在努力,就正是人的意志的体现。此外,不同的人在对待事物时总是表现出不同的特点,正如古人云“人心不同,各有其面”,这是由于人在需要、动机、兴趣、能力、性格、气质等方面的差异性体现,即每个人都有不同的个性特征。所以由此而推之,在酒店服务工作中,客人来自于五湖四海,其性格、气质、爱好、能力、需要、动机等各不相同,只有充分了解客人的不同特性,才能运用不同的服务手段和方式去满足客人的消费需求动机。

普通心理学把人的心理现象进行了如下的分类:首先把心理现象概括为心理过程和个性心理两大类。心理过程中又包括认识过程、情感过程和意志过程三个方面。认识过程是指人认识客观事物的心理活动,包括感觉、知觉、记忆、想像、注意、思维等过程。情感过程是指人对待客观事物的态度体验过程,即通常所说的七情六欲,包括喜、怒、哀、乐、恨、爱、欲等以及审美、道德等情绪和情感。意志过程是指人为达到预定目的而排除干扰、克服困难、坚忍不拔的意志努力过程。由于上述心理现象的发生

都有一定的时间延续,因此把它们概括为心理过程。个性心理可分为个性倾向和个性心理特征两个方面。个性倾向是指一个在需要、动机、兴趣、态度等方面的倾向性。个性心理特征是指一个人在能力、性格、气质等方面的特征。人的心理现象结构(心理学的研究内容)可如下图所示:



普通心理学关于心理现象的分类,为其他领域研究人的心理提供了明确的思路。普通心理学关于各种心理现象发生发展规律的研究及由此而形成的各种理论,为各个领域的应用心理学的研究打下了最根本的基础。酒店服务心理学同样也是顺沿这种思路展开研究的。比如,在本书的章节设计中,就是从客人的感觉与知觉、记忆与注意、需要与动机、情感和情绪等方面进行分类探讨,分析客人的心理,了解客人的心理在酒店服务中的重要性;同时,酒店如何根据客人的不同心理现象采取有针对性的服务和管理策略;另外,酒店的服务和管理人员心理现象也是本书探讨的一个方面。

二、酒店服务心理学的研究对象

心理学是一门既古老又年青的学科,而人类对服务心理学的研究和应用的历史则非常短暂。服务心理学是心理学的一个分支,从属于应用心理学,它是专门研究服务过程中人的心理和行为及其发展规律的学科。

在本书中主要讨论与饭店服务有关的各种心理活动。服务过程中所涉及的人可以归纳为三种,即宾客、服务人员和管理人员。每一类人在饭店服务过程中扮演的角色都不同,其心理过程必然也存在着很大的差异,因而只有对人的心理进行广泛的研究才能更好地用于实际的指导工作,促进服务质量和管理水平的提高,为顾客创造更好的消费体验。

服务心理学研究的具体内容如下:

(一) 宾客的心理研究

包括宾客的一般心理过程和作为消费者对服务的特殊心理过程。客人作为酒店服务活动的主体参与者,他不仅具有普通人的心理特点,而且还会在参与服务活动的过程中产生个体的特殊心理。这两不同的心理过程对我们的服务与管理有很大的导向作用,必须对这两方面进行充分的研究和探讨,以此指引我们的工作。比如,在客房服务中,所有的客人都希望酒店能提供清洁卫生、安全的房间,但有的客人希望自己的床上用具每天都

能进行更换,但也有的客人却不希望如此。一个很简单的工作问题,如果服务人员不认真进行观察,就不会做出让客人感到满意的答案。

(二)酒店服务心理策略研究

根据客人对服务的心理需求,从饭店服务的特性出发,努力为客人创造一个温馨的家外之家,创造优质服务,这是学习酒店服务心理学的一个内容。因为学习的目的是为了更好地应用,尤其是指导实践工作。比如,在餐厅、客房、服务等不同部门的服务中,客人的心理要求是有所不同的,如果不能针对客人的心理需要出发,采取有效的服务策略和方法,就无法满足客人的消费需求。

(三)强调服务过程中服务人员和管理人员的心理研究

只有一流的员工才有一流的服务,才能创造一流的饭店,这已成为很多酒店管理层的共识。员工只有被充分的得到尊重和认同,才会觉得自己对酒店很重要,才会充分发挥自己的主动性和积极性,为酒店创造更多的价值,并在工作中得到乐趣,实现人生的价值。所以要对员工的心理需求进行研究,了解他们想要什么,想做什么,为员工提供良好的工作和生活发展空间。比如,作为深圳“形象名片”的威尼斯酒店,它倡导一种把员工当作客人的文化。走进威尼斯酒店的人总能感受到酒店高贵又充满朝气的氛围,这种氛围除了酒店独特的环境包装,更是由身在其中的“威尼斯人”带来的,你会切身“威尼斯人”的可爱。而人性化的服务更取决于人性化的管理,威尼斯酒店始终奉行一条原则:“只有开心的员工才能创造开心的顾客”。酒店每个月都会举行普通员工和总经理、副总经理的面对面交流会,员工有任何的想法或建议都能开诚布公地谈出来,而且提出来的问题一定会有反馈,并在员工告示栏上公布,员工就会觉得自己在这个团体里极受尊重。酒店获得明显成绩时,总经理和副总经理、驻店经理等高级管理人员都会集中到员工餐厅,用一块大大的蛋糕来庆祝大家的成功,并感谢员工付出的辛勤劳动。比起奖金,蛋糕和音乐更能让“威尼斯人”感到幸福、激动和鼓励。

当然管理人员也是酒店的一个重要组织部分,他们对酒店的日常经营和管理负责,是酒店的经营决策者,也具有独特的心理需求和心理过程,也是服务心理学研究的一个方面。

上述几个方面是相互关联,相互作用的,既重视对客人的心理研究,又强调对服务和管理人员的心理探求,要防止片面性的发生,做到以人为本,尊重人的心理和个性。

三、饭店服务心理学的研究意义

人是各项生产活动的主体,在饭店服务过程中也不例外,对人的心理进行研究和认识,对做好整个旅游饭店的接待服务工作有着深远的意义和影响。

1. 充分掌握和了解顾客的心理,做到服务工作的“知己知彼,百战不

殆”。

每位客人都有不同的心理感受和心理需求,因各方面因素的影响,其消费心理相差甚远。比如在餐厅服务中,有的客人喜欢服务人员自始至终陪伴其左右,但是也有的客人在服务人员上完酒水和菜肴后,并不希望服务人员站立身边,而是希望有一个不被他人打扰的就餐空间和环境。那么针对这两种不同类型的客人,服务人员只有灵活机动,尊重客人,才能让宾客得到满意。当然对客人心理的把握是一个长期的复杂的过程,要求工作人员在服务工作中勤于观察,善于总结,做一个有心人。只有把握了客人的心理特点,才会对自己的工作做到心中有数,眼里有活,主动积极,提高效率,让客人得到满意。

2. 丰富服务人员和管理人员的知识结构,提高人员素质,创建高素质的职工队伍。

饭店服务业的竞争包括诸多内容,但是人才的竞争是核心和根本。所以想在激烈的市场竞争中赢得胜利,关键要拥有一支高素质的员工队伍。而对于心理学学习和研究可以更好地开启我们的工作思路,丰富我们的视野,拓展我们的文化和知识,引导我们更好地工作和学习。要想了解客人的心理,首先要学会了解自己的心理,充分地分析自己的心理过程和个性心理,全面地把握自我,发挥个性心理中的积极方面,控制和克服消极方面。对于管理人员而言,学习有关心理学的知识可以更好地了解员工想要什么,想做什么,可以更有效地开展思想工作,加强沟通,增进集体的凝聚力,创建一支高效的优秀的员工队伍。

3. 利于提高服务性行业的经营和管理水平。

企业经营和管理的目标之一是要获得经济收益。运用心理的知识和方法来研究人与市场可以对企业的现状和发展趋势有一个更为全面的认识,掌握未来饭店业的发展方向,有效地利用饭店的人力和物力资源,提高管理水平。

4. 研究心理学可以对饭店的发展与定位提供决策依据。

饭店的管理者依靠什么进行决策和定位?依据市场需求、社会环境、自身状况、竞争等因素,但其中不可忽视的一个因素就是人的心理状况。客人和员工的心理对酒店的决策起着关键的作用。客人需要什么,我们就应该提供什么;员工需要什么,我们也应该提供什么。这是一个根本性的问题。

第四节 酒店服务心理学的研究方法

要想正确地把握服务心理学的规律,在实践中科学地予以运用,必须遵循一定的原则,使用正确的方法。

一、研究酒店服务心理学必须遵循的原则

(一) 客观性原则

客观性原则是心理学研究中必须遵循的基本原则。它是指研究者从实际出发,实事求是地反映和探求人的心理现象的本来面貌,并以实践作为检验的标准。客观性原则是心理学研究中运用唯物论思想作为指导的重要标志。

在服务心理学的研究中坚持客观性原则,从各种客观实践活动中去观察客人和工作人员的表现,从他们的各种心理赖以产生的条件等方面去进行客观的研究。同时,在对研究所获得的材料和数据整理分析时,也要坚持客观性原则,只有如此,分析的结果才是客观真实的、具有实际意义的。

(二) 发展性的原则

辩证唯物主义认为,世界上的万事万物都处于永恒运动、不断变化中。作为客观事物反映的心理,当然也是随着客观事物的变化而变化。所谓发展性的原则,就是坚持用发展的观点,把心理现象看作一个变化发展的过程进行发生学的动态研究。

在服务业的发展中,客人的需求及行业的变化是非常快的,所以只有用发展的眼光去看问题才能准确把握客人和员工的心理,才能采取行之有效的方法和策略。

二、研究酒店服务心理学的主要方法

心理学是一门边缘学科,其研究方法往往兼有自然科学和社会科学两方面的特点,作为心理学的分支学科的服务心理学的研究方法也具有此类特点。其研究的基本方法有观察法、调查法、实验法、个案分析法等。

(一) 观察法

观察法是在自然情况下,有计划、有目的、有系统地直接观察被研究者的外部表现,了解其心理活动,进而分析其心理活动规律的一种方法。在具体的服务活动过程中,客人和员工的行为、动作、语言、表情等外部表现,是观察和了解研究对象的直接依据。

为了使观察法达到较好的效果,必须注意以下几个问题: